

**ANALISIS ORIENTASI PASAR, KEWIRAUSAHAAN,
DAN PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN
DENGAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Kasus pada Industri Menengah dan Besar Meubel dan Furniture
di Kabupaten Jepara)**



TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan
Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi
Universitas Muria Kudus

Ruliyantoro

NIM. 2014-01-040

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MURIA KUDUS
2017**

TESIS

**ANALISIS ORIENTASI PASAR, KEWIRAUSAHAAN,
DAN PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN
DENGAN INOVASI SEBAGAI VARIABELINTERVENING
(Studi Kasus pada Industri Menengah dan Besar Meubel dan Furniture
di Kabupaten Jepara)**

Oleh :

Ruliyantoro

NIM. 2014-01-040

telah dipertahankan di depan penguji
pada tanggal 2 Maret 2017
dinyatakan telah memenuhi syarat


Menyetujui ,
Tim Pembimbing,

Pembimbing Utama



Dr. H Mochamad Edris, Drs. MM
NIDN. 0618066201

Pembimbing Anggota



Dr. Drs. Sukriman., MM
NIDN. 0607095601

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen
Universitas Muria Kudus



Dr. Drs. H. Joko Utomo, MM
NIDN. 0625076401

HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS

JUDUL : ANALISIS ORIENTASI PASAR, KEWIRAUSAHAAN, DAN PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL *INTERVENING* (Studi Kasus pada Industri Menengah dan Besar Meubel dan Furniture di Kabupaten Jepara)

Nama Mahasiswa : RULIANTORO
NIM : 2014.01-040
Program Studi : Magister Manajemen
Minat : Manajemen Pemasaran

TIM PEMBIMBING :

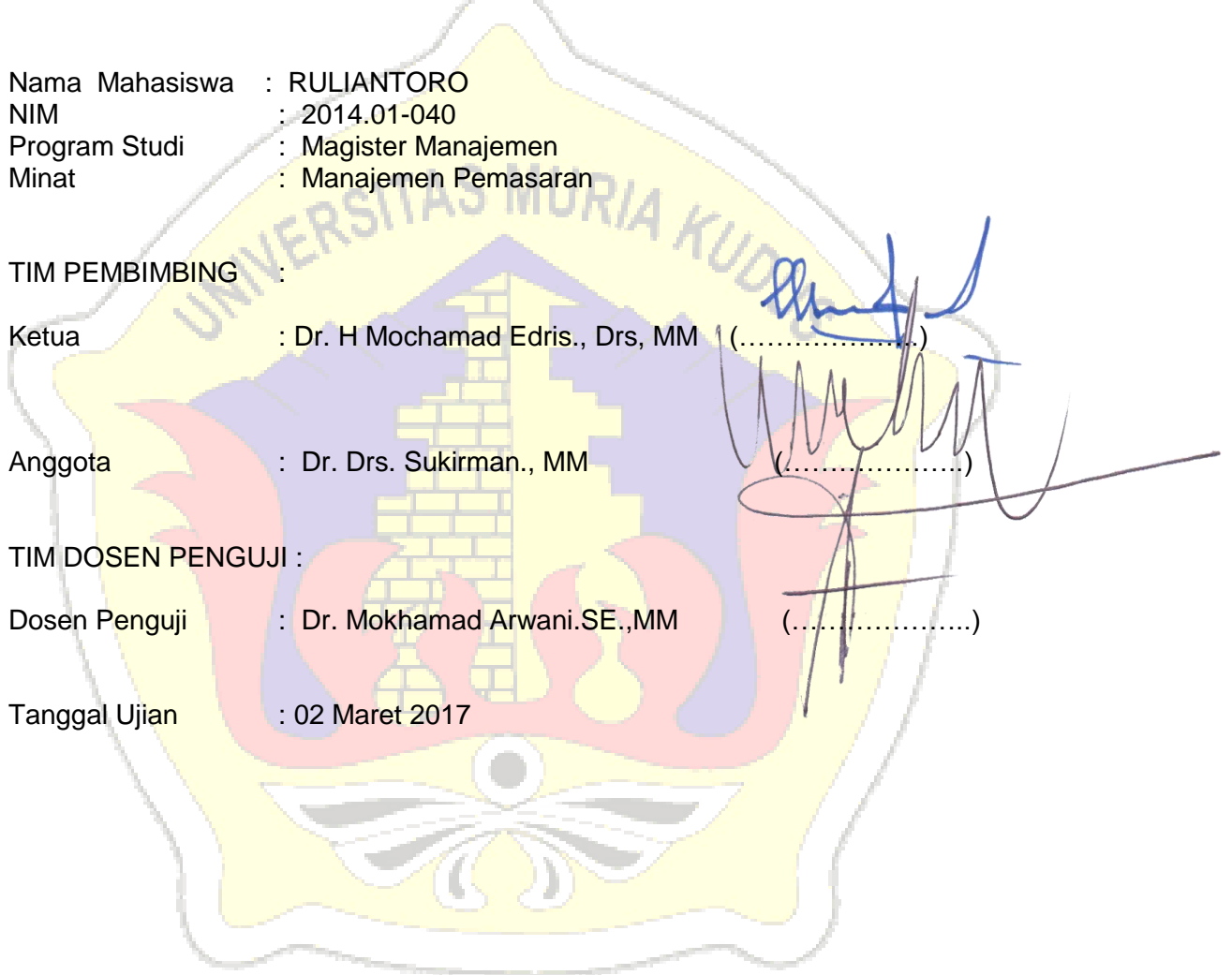
Ketua : Dr. H Mochamad Edris., Drs, MM (.....)

Anggota : Dr. Drs. Sukirman., MM (.....)

TIM DOSEN PENGUJI :

Dosen Penguji : Dr. Mokhamad Arwani.SE.,MM (.....)

Tanggal Ujian : 02 Maret 2017



PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tesis dengan judul :

**ANALISIS ORIENTASI PASAR, KEWIRAUSAHAAN,
DAN PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN
DENGAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus pada Industri Menengah dan Besar Meubel dan
Furniture di Kabupaten Jepara)**

Tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia gelar MAGISTER MANAJEMEN dicabut, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Kudus, 02 Maret 2017
Penulis

Ruliyantoro
NIM. 201401040

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Suparno, SH, M.S, selaku Rektor Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti pendidikan Pasca Sarjana di Universitas Muria Kudus.
2. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi UMK, dan dosen pembimbing utama yang telah memberikan kemudahan dan memotivasi dalam menyelesaikan studi.
3. Dr. Drs. Sukirman, S.Pd, SH, MM, selaku pembimbing anggotayang telah membimbing serta memberi saran hingga terwujudnya tesis ini.
4. Para dosen dan rekan-rekan penulis di Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bantuan atau ikut berperan dalam memperlancar penelitian dan penulisan tesis ini.

Semoga Allah SWT melimpahkan karuniaNya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penulisan tesis ini.

Kudus, 02 Maret 2017
Penulis

Ruliyantoro
NIM. 201401040

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah SWT atas berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul **ANALISIS ORIENTASI PASAR, KEWIRAUSAHAAN, DAN PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN DENGAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Industri Menengah dan Besar Meubel dan Furniture di Kabupaten Jepara)**. Tesis ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi pada Program Magister Manajemen (S-2) di Universitas Muria Kudus.

Sebagai sebuah tesis tentunya tesis ini masih jauh dari sempurna, oleh karenanya kami harapkan kritik, saran, dan masukan yang membangun. Tidak lupa kami juga sampaikan ucapan terima kasih kepada Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM dan Dr. Drs. Sukirman, S.Pd, SH, MM, yang telah memberikan dukungan sehingga Tesis ini dapat selesai sesuai rencana.

Akhir kata semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca. Dengan segala kekurangannya semoga mampu memberikan sumbangsih kendati kecil untuk diterapkan baik dalam praktek maupun untuk penelitian selanjutnya.

Kudus, 02 Maret 2017
Penulis

Ruliyantoro
NIM. 201401040

**ANALISIS ORIENTASI PASAR, KEWIRAUSAHAAN,
DAN PEMBELAJARAN TERHADAP KINERJA PEMASARAN
DENGAN INOVASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING
(Studi Kasus pada Industri Menengah dan Besar Meubel dan Furniture
di Kabupaten Jepara)**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh orientasi pasar, kewirausahaan, pembelajaran terhadap kinerja pemasaran dengan inovasi sebagai variabel intervening. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasi adalah pemilik meubel di jepara (industri menengah dan besaar Furniture di Kabupaten Jepara) dengan total sampel sebanyak 105 responden. Metode pengumpulan dana menggunakan kuesioner. Analisis Data menggunakan Structural Equation Model (SEM). Kesimpulan dalam penelitian ini adalah orientasi pembelajaran berpengaruh paling kuat dalam peningkatan inovasi. Orientasi kewirausahaan juga berpengaruh terhadap peningkatan inovasi meskipun tidak sekuat pengaruh orientasi pembelajaran. Orientasi pasar merupakan variabel yang pengaruhnya masih di bawah orientasi pembelajaran dan orientasi kewirausahaan dalam mempengaruhi inovasi. Variabel yang berpengaruh paling kuat terhadap peningkatan kinerja pemasaran adalah inovasi. Variabel orientasi pasat, kewirausahaan, orientasi pembelajaran juga berpengaruh terhadap peningkatan kinerja pemasaran. Orientasi pasar/kewirausahaan.orientasi pembelajaran terhadap kinerja pemasaran melalui inovasi dan mempunyai pengaruh paling kuat dibandingkan dengan orientasi pasar, pembelajaran, inovasi terhadap kinerja pemasaran melalui inovasi. Inovasi mempengaruhi pengaruh orientasi pasar, orientasi kewirausahaan, dan orientasi pembelajaran terhadap kinerja pemasaran.

Kata kunci : orientasi pasar, kewirausahaan, pembelajaran, inovasi, kinerja pemasaran.

**ANALYSIS OF MARKET ORIENTATION, ENTREPRENEURSHIP,
AND LEARNING ON PERFORMANCE MARKETING WITH INNOVATION AS
AN INTERVENING VARIABLE**

*(A case study of medium and large Furniture Industry and Furniture in Jepara
Regency)*

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of market orientation, entrepreneurship, learning on performance marketing with innovation as an intervening variable. The research method used is the quantitative approach. The population was consumer furniture in jepara (medium and large Furniture industry in Jepara Regency) with a total sample of as many as 105 respondents. Fund-raising methods using a questionnaire. Data analysis using Structural Equation Models (SEM). Conclusions in this study is the most influential strong learning orientation in increasing innovation. Entrepreneurial orientation also affects the increase of innovations though not as strong as the influence of the orientation of the study. Market orientation is a variable that influence is still under the entrepreneurial orientation and learning orientation in influencing innovation. Variables that influence most strongly against the increase in performance marketing is innovation. Variable orientation pasat, entrepreneurship, learning orientation also affects the increase in performance marketing. Market orientation/learning orientation towards entrepreneurship. marketing performance through innovation and has the most powerful influence in comparison with a market orientation, learning, innovation on performance marketing through innovation. Market orientation's influence affects innovation, entrepreneurial orientation, learning and orientation towards performance marketing.

Keywords: *market orientation, entrepreneurship, learning, innovation, performance marketing.*

DAFTAR ISI

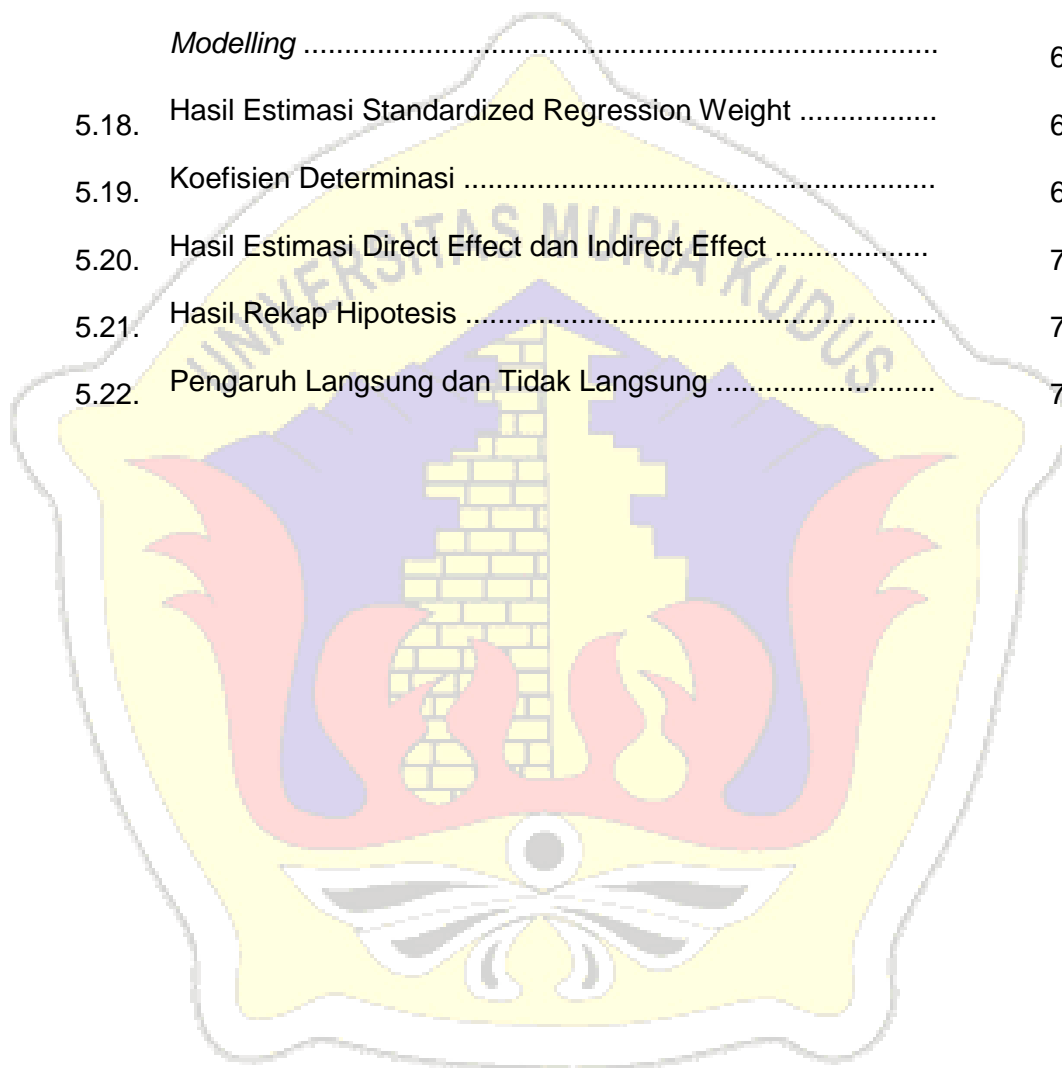
	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN TESIS	ii
HALAMAN IDENTITAS TIM PENGUJI TESIS	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS TESIS	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II. TELAAH PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Orientasi Pasar	11
2.3. Orientasi Kewirausahaan	14
2.4. Kinerja Pemasaran	22
2.5. Inovasi	24

BAB. III. KERANGKA KONSEP PENELITIAN DAN HIPOTESIS	27
3.1. Kerangka Pemikiran.....	27
3.2. Hipotesis	28
BAB IV. METODE PENELITIAN	33
4.1. Pendekatan Penelitian	33
4.2. Tempat dan Waktu Penelitian	33
4.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	33
4.4. Metode Pengambilan Sampel	35
4.5. Teknik Analisis	37
4.6. Pengolahan Data	38
4.7. Metode Analisis Data	41
4.8. Uji Model	42
BAB V. ANALISIS DATA	47
5.1. Penyajian Data	47
5.1.1. Karakteristik Responden	47
5.1.2. Tanggapan Responden terhadap Variabel	53
5.2. Analisis Data	77
5.3. Pembahasan	86
BAB VI. SIMPULAN	86
6.1. Simpulan.....	86
6.2. Implikasi	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
3.1. <i>Goodness of Fit Index</i>	45
5.1. Frekuensi Variabel Orientasi Pasar	48
5.2. Frekuensi Variabel Oreintasi Kewirausahaan	49
5.3. Frekuensi Variabel Orientasi Pembelajaran	50
5.4. Frekuensi Variabel Inovasi	51
5.5. Frekuensi Variabel Kinerja Pemasaran	52
5.6. Uji Validitas	53
5.7. Uji Reliabilitas	54
5.8. <i>Loading Factors</i> (λ) Pengukuran Variabel Orientasi Pasar (X_1)	57
5.9. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Orientasi Kewirausahaan(X_2)	58
5.10. <i>Loading Factors</i> (λ) Pengukuran Variabel Orientasi Kewirausahaan (X_2)	59
5.11. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Orientasi Kewirausahaan(X_3)	60
5.12. <i>Loading Factors</i> (λ) Pengukuran Variabel Orientasi Pembelajaran (X_3)	61
5.13. Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Inovasi Produk(Y_1)	62
5.14. <i>Loading Factors</i> (λ) Pengukuran Variabel Inovasi Produk (X_1)	63

5.15.	Evaluasi Kriteria <i>Goodness of Fit Indices</i> Kinerja	
	Pemasaran(Y_2)	64
5.16.	<i>Loading Factors</i> (λ) Pengukuran Variabel Kinerja	
	Pemasaran (Y_2)	65
5.17.	Pengujian Kesesuaian Analisis <i>Structural Equation</i>	
	<i>Modelling</i>	67
5.18.	Hasil Estimasi Standardized Regression Weight	68
5.19.	Koefisien Determinasi	69
5.20.	Hasil Estimasi Direct Effect dan Indirect Effect	70
5.21.	Hasil Rekap Hipotesis	71
5.22.	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
3.1. Kerangka Konseptual	27

